

# 以项目为依托的新媒体营销课程教学实践研究

李瑜薇

(广州市机电技师学院, 广东 广州 510000)

摘要: 随着新媒体技术的迅猛发展, 其营销作用日益凸显, 电商专业学生需要掌握相关知识和技能, 因此研究新媒体营销课程教学具有重要意义。通过文献综述分析、案例分析和问卷调查, 本文分析了新媒体环境下新媒体营销教学的现状与挑战, 并提出了以项目为依托的新媒体营销课程教学实践。从教学内容设计、教学方法和教学资源方面探讨项目与新媒体营销课程教学的有效融合, 从学习成效、技能提升、参与度和实际影响分析实践结果, 研究发现以项目为依托的新媒体营销课程教学能够增强学生的参与度, 提升其新媒体营销的知识和技能。

关键词: 新媒体营销; 教学实践; 医用敷料项目; 案例研究

随着互联网技术的不断进步, 新媒体已经成为人们获取信息和进行交流的重要渠道。在此背景下, 新媒体营销作为一种新兴的营销方式, 对企业的品牌建设和产品推广起到了至关重要的作用。教育领域亦需适应这一变化, 将新媒体营销的理念和技能融入课程教学中, 以培养符合时代需求的市场营销人才。

本文以创尔生物的创福康医用敷料项目作为案例, 结合新媒体营销课程的教学实践。首先通过文献回顾分析新媒体营销教学的现状, 然后介绍医用敷料项目, 并探讨其在新媒体营销教学中的融合与实践, 期望提高学生的实际操作能力和创新思维。研究方法包括问卷调查、访谈和课堂观察。以项目为依托的新媒体营销课程教学实践研究对于优化教学内容、方法和手段, 以及提升教育质量具有重要意义。

## 一、新媒体营销教学现状分析

新媒体营销课程教学实践方面的研究, 孙伟(2020)对《新媒体营销》教材进行了研究, 并结合互联网时代对营销人才的需求情况, 认为应在教学上对教学组织形式、教学方法进行创新, 以调动学生的积极性, 提高学生的实践能力。

梁抒, 李忆(2022)指出如果能够引进现实的企业, 并有效传达企业的需求, 真实项目实践可以让学生掌握新媒体营销的基本思想和技能, 对提高营销专业学生的竞争能力有重要意义。

文艳霞(2021)认为要观察新媒体发展的趋势, 分析市场对新媒体营销人才的需求, 从课程内容、教学方法等多方面进行改革创新以提高学生的新媒体营销能力。

刘月(2019)提出以学习共同体为单元的竞赛辅导教学模式, 以项目驱动、创新为先调动学生主动性, 专业导师参与企业合作, 企业导师参与课程建设, 进而形成培养模式。

通过查阅文献发现, 研究新媒体营销课程基本是从教材、教学组织形式和教学方法进行创新, 但与企业的融合不深, 课程资源的有效性待验证, 同时课程实践项目与真实的企业要求有距离。本文以企业真实项目为依托, 探讨新媒体营销课程教学实践。

## 二、新媒体营销课程项目概述

本课程的依托项目是创尔生物的创福康品牌医用敷料。广州创尔生物技术股份有限公司(简称创尔生物)成立于2002年, 是我国胶原贴敷料产品的开创者, 拥有全国首款无菌三类胶原贴敷料, 医用敷料是其主要业务。随着医用敷料行业的进入者增加, 产品竞争激烈, 市场份额分散, 头部公司直接加大对终端的新媒体营销, 加强消费者对医用敷料产品的认知并迅速扩大品牌声量, 其后拓展至妆字号护肤品类, 提高营业收入。2020年以来, 行业监管趋严, 对于已取得二、三类医疗器械的企业而言, 未来行业集中度有望提升。创尔生物的创福康品牌医用敷料面临竞争对手

激烈争夺市场份额和消费者行为变化, 没有迅速调整营销策略, 2021年营业收入增长率为-20.8%, 2019-2021年营业收入年复合增长率为-10.9%, 2021年市场占有率(按销售额计算)仅为2.6%, 2022年的营业收入较2021年增长率为0.68%, 基本持平。如何在新营销环境下塑造品牌形象和创新营销策略, 以适应不断变化的市场需求和消费者行为, 提高营业收入和市场占有率, 是创尔生物医用敷料发展的重中之重。创尔生物公司期望通过与我系的课程合作, 发挥学生的创意, 在研究和分析该公司医用敷料营销的基础上, 制作营销策划书、营销文案、短视频和直播等作品, 探讨该公司医用敷料的新媒体营销策略。

## 三、医用敷料项目与新媒体营销课程的融合

医用敷料案例融入新媒体营销课程从教学内容设计、教学方法创新和教学资源整合3个方面进行。

### (一) 教学内容设计

1. 营销定位和策划: 选择创尔生物的创福康医用敷料营销案例, 通过查看该公司的淘宝、京东和抖音的官方旗舰店等平台, 了解该公司的医用敷料和相关营销情况, 包括新媒体的用户、内容和平台定位, 营销策划方式和模式; 真实案例和产品激发学生的学习兴趣。

2. 撰写营销策划书: 以创尔生物的创福康医用敷料为产品进行市场调研, 调研并收集其消费者对该公司医用敷料营销现状的印象, 了解不同用户群体对医用敷料的需求和偏好。讨论该医用敷料品牌的市场定位策略和传播路径, 包括宏观环境PEST分析、行业波特五力分析和SWOT分析, 撰写营销方案策划书。

3. 图文推广: 在分析和调研后, 根据微信公众号平台的定位, 围绕创尔生物的创福康医用敷料制作各类营销内容, 比如宣传海报和公众号文章的图文推广。

4. 短视频营销: 根据产品、内容和平台定位, 制作产品使用教程短视频、用户评测视频和娱乐视频等, 发布到抖音平台, 并根据视频数据反馈调整内容。

5. 直播营销: 根据创尔生物的创福康医用敷料的产品特性和品牌定位, 分析直播需要重点展示的内容, 分析该公司现在的直播中存在问题, 优化直播方案, 撰写直播稿和录播, 筛选优秀学生去公司直播间学习和助播。

### (二) 教学方法创新

新媒体营销课程使用翻转课堂教学模式, 将医用敷料相关知识、营销理论和工具放在畅课平台上让学生进行学习, 课堂时间主要用于讨论、实操练习和问题解决。企业专家及时指导学生的作品和提出修改建议, 利用新媒体工具和数据分析工具进行意见收集和数据分析, 让学生得到快速反馈并及时调整学习和制作作

品方向。运用教学方法有项目驱动法、启发式教学法、游戏教学法和小组合作学习法。

1. 项目驱动法：医用敷料是近年在新媒体中深耕的产品，创尔生物公司的新媒体营销需要发展，通过实际的医用敷料营销项目，让学生在实践学习和运用新媒体营销知识，同时真实项目提高学生积极性和实操技能。

2. 启发式教学法：根据教学任务和学习的客观规律，从学生的实际出发，采用多种方式，以启发学生的思维为核心，调动学生的学习主动性和积极性。在调研阶段，通过消费者和营销人员的角色扮演，理解消费者的需求，同时让学生在角色扮演中掌握沟通技巧和销售策略。学生扮演调查者，站在第三方的角度分析创尔生物的创福康医用敷料的营销现状，对新媒体营销有更深入的理解。课堂中教师更多以真实情境启发学生，激发学生的积极性和主动性。

3. 游戏教学法：引入竞赛元素，设计相关的营销技能比赛，包括营销策划书的撰写和海报文案创作的课堂比赛。课堂中通过小组的作品比拼，激发学生的学习兴趣 and 参与感。

4. 合作学习法：班级同学分成小组合作完成项目作品，通过小组合作和小组之间竞赛，学生互相交流和互相学习，课堂氛围好且学生积极性高。

### （三）教学资源整合

1. 行业资源：邀请来自企业的专家和代表进行交流，提供一手行业和企业信息，对课程的项目研究更加深入，学生制作的作品更符合企业需求。

2. 技术工具：整合各种新媒体营销工具和平台，从每个学生熟悉的社交软件开始进行分析，使用社交媒体管理工具、数据分析软件等，供学生使用和学习。

3. 在线资源库：建立一个包含有关医用敷料的案例库、工具教程、最新研究文章等资源的在线平台，供学生自主学习。

通过上述教学内容设计、教学方法创新和教学资源整合，可以有效地将医用敷料案例融入新媒体营销课程中，使学生在过程中获得系统的知识体系和实践经验，为将来在新媒体营销领域工作打下坚实的基础。

## 四、以项目为依托的新媒体营销课程教学实践研究设计

### （一）研究对象与样本选择

以创尔生物的创福康品牌医用敷料项目为载体的教学实践，在电子商务专业 20 电商高级班的新媒体营销课程中开展教学实践，20 电商高级 1 作为实验班，20 电商高级 2 班作为对照班，了解两个班级在不同的教学实践下的学习效果，检验真实工作项目应用于新媒体营销课程的成效。

### （二）研究方法

#### 1. 问卷调查法

教学实践前，对上一届的电子商务专业高级班学生进行问卷调查，了解新媒体营销课程的教学现状。应用以企业真实的工作项目为载体的教学实践对比实验后，对实验班的学生发放问卷，了解新医用敷料真实项目运用的教学效果，对实验班和对照班发放调查问卷，调查不同班级学生对该课程的满意度。

#### 2. 访谈法

在拟定课程开发方案前对教师进行访谈，了解学生和教学现状。在教学实践实施之后，对本院电子商务专业新媒体营销课程所有教学老师访谈，了解新媒体真实工作项目应用于新媒体营销课程与传统教学模式的教学效果区别。

#### 3. 观察法

为深入了解教学情况和学生学习情况，教师作为观察者和统计者，观察学生上课的知识和技能掌握、运用与提升情况，统计学生每次课的表现和完成作品的评价情况，对相关的数据分析，对教学实践研究的效果分析提供资料支持。

### （三）研究分析与结果

调研中了解到学生普遍认为《新媒体营销》这门课程的教学模式太单一，教学模式未有过多的创新，学生对于这门课程的学习兴趣没有那么多，近 6 成学生表示，上课期间经常走神，有的同学会睡觉，甚至会出现迟到、旷课的不良现象。教师访谈中发现，课程较难上，学生对营销课程没有兴趣，觉得偏理论。

引入真实项目后，实验班课程教师对项目融入课程中给予较大肯定，对实验班实施效果评价，从学习成效、技能提升、参与度和实际影响进行分析，发现四方面均比对照班有较大的提升。

学习成效：通过实际操作结果来评估，学生在新媒体营销知识和技能方面的掌握程度有明显提升，新媒体营销的知识提升主要体现在营销从策划书受到企业专家肯定，采纳部分策划书的方案。新媒体营销的技能提升体现在制作微信公众号文章和抖音短视频方面，会根据产品的定位进行内容策划，从消费者角度思考作品内容，通过数据反馈，不断优化内容，相关作品受到创福康销售总监肯定，学习有成效，学生有动力。

技能提升：观察并记录学生在市场调研、数据分析、内容创作和策略规划等方面有较大进步，通过实地调研和项目驱动，学生的调研反馈到营销策划书中，受到企业专家肯定。根据调研和分析，撰写营销策划书，进行内容创作和策略规划，完成相关作品，并有数据不断反馈，学生的积极性高，技能提升快。

参与度：学生在项目中的积极参与，课堂总出勤率为 99%，主要缺勤为生病。课堂互动频率高，小组合作和讨论氛围好；每个小组的任务完成情况为 100%。前期学生团队撰写营销策划书，并进行班级公开演讲，展示他们的研究成果。学期中通过竞赛、企业专家评定和作品发布到平台的方法，学生积极完成每个任务，作品完成度高。期末学生创建一个包含图文推广文章、短视频和直播录像等的作品集，发布到畅课，学生之间互相学习。

实际影响：通过该项目的学习和完成，有 15 位实验班（班级人数 37 人）学生想以后从事新媒体营销工作，学生自觉自己能胜任新媒体营销工作，并且工作能不断提升技能。

### 五、总结

以项目为依托的新媒体营销课程教学中，课程内容根据行业最新动态和技术进步，不断更新教学中的知识和工具，互动性增强。通过调研、撰写营销策划书、创作推广文章、拍摄短视频和撰写直播稿等，学习氛围强和学习效果好，技能提升快。教学实践中不断完善评价体系，构建多元化的评价体系，不仅考虑知识和技能的掌握，还包括创新思维、团队合作等软实力的评价。把企业真实项目融入教学内容当中，学生的积极性和技能都有所提高，是技工教育发展的方向。

### 参考文献：

- [1] 孙伟.《新媒体营销》的特点与创新——兼论移动互联网时代高校市场营销专业人才培养模式改革[J].武汉冶金管理干部学院学报,2020,30(4):63-65.DOI:10.3969/j.issn.1009-1890.2020.04.021.
- [2] 梁抒,李忆.基于项目式实验的新媒体营销教学研究[J].科教导刊-电子版(下旬),2022(5):147-148.
- [3] 刘月.PBL 教学模式改革的主要内容与特色[J].决策探索,2019(4):69.DOI:10.3969/j.issn.1003-5419.2019.04.037.